

部门整体支出绩效自评报告

评价年度：2025 年度

评价单位（公章）：湛江市广播电视台

填报日期：2025.5.26

根据《湛江市财政局关于开展 2026 年市级财政资金绩效自评工作的通知》（湛财绩【2026】2 号）文要求，我单位及时布置自评，成立 2026 年自评管理领导小组及绩效评价工作小组，明确分工，落实责任，认真开展自评自查工作，经查阅、核实有关账务及项目等执行情况，填写自评表格并综合分析，形成本评价报告。现将 2025 年度湛江市广播电视台整体绩效自我评价报告如下：

一、单位基本情况

（一）单位机构设置、部门职能情况。

湛江市广播电视台是市直公益二类事业单位，于 2004 年 4 月由成立于 1961 年的湛江人民广播电台和成立于 1983 年的湛江电视台合并组建而成，是一个拥有广播、电视、报刊、杂志和网站多种传播手段，具有多维度、全方位立体宣传优势的环北部湾地区主流媒体之一。人员构成情况：经市定编办核定，市广播电视台总编制数 304 名，年末在职 316 人，其中事业编内人员 158 人。另有离退休 369 人。我台贯彻执行党和政府关于新闻宣传、影视文化、信息传播方面的路线、方针、政策，把握正确的舆论导向，充分发挥党的喉舌作用，紧紧围绕市委、市政府中心工作开展广播电视宣传。

（二）年度总体工作和重点工作任务。

年度总体工作：学习宣传贯彻党的二十大精神、习近平总书记视察广东重要讲话重要指示精神，为推动湛江跨越式发展营造

良好舆论氛围；围绕市委中心工作，为湛江高质量发展宣传把薪助火；讲好湛江故事、传播好湛江声音。

重点工作任务：1. 做好湛江红树林特色生态文化传播。宣传湛江坚定不移走生态优先、绿色低碳发展之路，大力实施绿美湛江生态建设，全力建设人与自然和谐共生的绿美半岛；2. 广泛宣传社会主义核心价值观，做好创建文明城市宣传；3. 围绕“百千万工程”、现代化海洋牧场、重点项目等展开宣传。

（三）部门整体支出绩效目标

我台整体支出绩效目标对应的具体绩效指标如下表：

部门整体绩效指标表

一级指标	二级指标	三级指标	预期指标值
产出指标	数量指标	分钟	自制电视（广播）节目时长不少于 30000 分钟
		场次	举办活动场数不少于 10 场
	质量指标	投诉次数	小于 5 次
		获奖作品	大于 5 项
		参与人数	活动群众参与人数大于 2 万人
效益指标	经济效益指标	创收产值	1810 万

（四）部门整体支出情况。

2025 年我台收入总预算 5529.73 万元，支出总预算 5555.34 万元。根据决算数据，上年结转结余 33.35 万元，2025 年我台总收入 5529.73 万元（其中 4218.02 万元为一般公共预算财政拨款收入、1270 万元为政府性基金预算财政拨款收入），本年总支出 5555.34 万元（其中 4218.02 万元为一般公共预算财政支出、1270 万元为政府性基金预算财政拨款支出），年末结转结余 7.74 万元。

二、自评工作开展情况

（一）评价小组情况。

根据台预算绩效管理制度及《湛江市财政局关于开展 2026 年市级财政资金绩效自评工作的通知》（湛财绩【2026】2 号）要求，成立 2026 年绩效管理领导小组及绩效评价工作小组，领导小组负责 2025 年度单位绩效评价工作的筹划部署，指导评价工作小组开展工作；工作小组负责拟定评价工作方案，设定绩效指标，组织实施绩效自评，撰写绩效自评报告并提供相关佐证材料。

领导小组成员如下：

组 长：蔡鸣

副组长：卢赤斌、林勇标、余珊、林达雄

工作小组成员如下：

劳承豪、李建文、游洛、陈涛、张雷、吴尚、赵意、吕小兰

（二）自评工作过程。

第一步：召开专题会议组织学习整体绩效评价工作相关规定，部署自评工作的责任部门，分解工作任务。

第二步：各部门根据评价工作任务开展自评，财务科汇总自评结果。

第三步：由领导小组审核绩效自评结果，总结评价工作经验。

2025 年度我台较好地完成了年初设定的各项绩效目标，自评结果为“优”。

（三）自评材料报送时间及质量。

我台根据财政局的有关通知要求，在规定的时间内按要求完成自评报告并报送，对所报送自评材料真实性、完整性、一致性、规范性负责。

（四）自评材料报送及公开一致情况。

我单位所报送的自评报告、数据表、评分表与公开的自评报告、数据表、评分表一致。

三、绩效自评情况

（一）自评结果。

经综合分析，从部门履职效能和管理效率方面进行考察，根据绩效复核指标体系及评分标准，本次部门整体绩效核查得分为97.05分，评定等级为“优”，总体得分情况见下表。

评价综合得分表

一级指标	二级指标	三级指标	分值	评价得分	得分率
履职效能	整体效能	部门整体绩效目标产出指标完成情况	20	20	100%
		部门整体绩效目标效益指标完成情况	20	19.05	95.24%
		部门预算资金支出率	5	5	100%
管理效能	预算编制	新增项目事前绩效评估	2	2	100%
	预算执行	预算编制约束性	4	4	100%
		财务管理合规性	3	3	100%
	信息公开	预决算公开合规性	2	2	100%
		绩效信息公开情况	1	1	100%

	绩效管理	绩效管理制度建设	5	5	100%
		绩效管理制度执行	15	15	100%
	采购管理	采购意向公开合规性	1	1	100%
		采购内控制度建设	1	1	100%
		采购活动合规性	2	2	100%
		采购合同签订时效性	2.5	2.5	100%
		合同备案时效性	1	1	100%
		采购政策效能	2.5	2.5	100%
	资产管理	资产配置合规性	2	2	100%
		资产收益上缴的及时性	1	1	100%
		资产盘点情况	1	1	100%
		数据质量	2	2	100%
		资产管理合规性	2	2	100%
		固定资产利用率	2	2	100%
	运行成本	经济成本控制情况	2	0	0%
		“三公”经费控制情况	1	1	100%
	加减分项	加减分项	工作表现加减分指标		
合 计			100	97.05	97.05%

（二）部门整体支出绩效指标分析。

1. 总体绩效目标及年度重点工作任务完成情况

（1）聚焦主题主线，舆论引导有力有效。

始终围绕加快打造现代化沿海经济带重要发展极、高标准建设省域副中心城市的目标定位，精心组织宣传报道。《湛江新闻联播》全年播出新闻 2247 条，广播新闻栏目播出 2377 条，全面生动展现了湛江的改革创新实践与发展成就。

①**重大主题宣传深入人心。**在《湛江新闻联播》开设《奋进强国路 阔步新征程》《聚焦“百县千镇万村高质量发展工程”》等专栏，深入解读政策，跟进重大项目与民生工程，播出《湛江：全链崛起千帆竞发 向海图强步履铿锵》《全球首创！深海重器“湛江湾1号”今天交付 开启万亿级蓝色经济新赛道》等深度报道，全年播出高质量发展相关新闻510条。新推出《粤来粤好百千万》《“七行动”进行时》等专栏，形成了“强声势、接地气、有温度”的报道矩阵，发布“七行动”相关稿件370余篇，总阅读量超840多万次，全方位呈现湛江高质量发展成效。扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育和学习贯彻党的二十届四中全会精神宣传报道。《湛江新闻联播》开设《锲而不舍 落实中央八项规定精神》专栏，积极宣传报道我市党员干部锲而不舍贯彻中央八项规定精神、推动作风建设常态化长效化的举措和成效；深入采访报道全市干部群众学习宣传贯彻党的二十届四中全会精神的热潮，播出《我市召开学习贯彻党的二十届四中全会精神宣讲动员会》等新闻，推动全会精神家喻户晓、深入人心。在习近平总书记视察湛江两周年之际，推出《牢记嘱托 湛江答卷》系列报道，展现湛江感恩奋进的生动实践。围绕中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年，策划《铭记血火淬炼的荣光——湛江的抗战记忆》系列报道；完成纪念解放海南岛75周年广播剧《渡海红帆》制作。

②**民生服务彰显担当。**持续办好《践行社会主义核心价值观》《文明湛江》《关爱未成年人》等品牌小栏目，播出弘扬文明新风

新闻 160 条，完成“广东好人”候选人先进事迹视频拍摄。“马上办·帮帮团”推出了“一键直达”便捷报料方式，构建起“线上+线下”联动的融媒体服务平台，1-10 月接收群众报料 177 条，回复率 100%，解决率 80%，相关内容总点击量超 1000 万人次，有效推动问题解决，彰显了我台在参与社会治理、服务民生方面的强大效能与品牌担当。《行风热线》栏目为市民解答各类问题 140 多个，解决了投诉群众所遇到的困难，赢得市民的广泛赞誉，有力地助推政务服务质量的提升。在高考服务报道中，发布 71 条专题报道，点击量超 35 万次，以精准信息服务为考生及家长保驾护航，社会反响良好。在应急、地震、海事、民政、公安、福利彩票等多方面制作了 100 多条公益声带，扩大公益宣传。全年播出创文等公益广告约 10800 条次。与霞山法院合作的“老赖曝光台”、“为民服务典型案例”等推广，总阅读量达 379 万。针对基孔肯雅热疫情，开展为期数月的爱国卫生运动系统性宣传，累计发布稿件 326 篇，总阅读量超 120 万，有效提升市民防疫意识。

③“百万英才汇南粤”宣传有力。在《湛江新闻联播》中开辟《百万英才汇南粤》专栏，推出 39 篇系列策划报道，浓墨重彩宣传报道省、市人才和就业创业的利好政策以及活动取得的扎实成效，其中《广东省事业单位集中公开招聘高校毕业生湛江 1354 个岗位虚位以待》总阅读量超 100 万次。在成都站招聘活动中，发布短视频、图文等内容，总阅读量超 400 万。派出记者现场采访，助力人才对接，浓墨重彩宣传报道省、市人才和就业创业的利好政策以及活动取得的扎实成效。

④**十五运会宣传高潮迭起**。围绕湛江赛区承办的群众项目五人制女子足球、竞技项目武术散打及广州赛区跳水项目，开设《喜迎十五运》《全民迎全运 相约粤港澳》专栏，精准推进采访报道。播出新闻 180 条、短视频 551 条，总阅读量 452.8 万，赛事直播 25 场、观看超 34 万人次，有效提升了湛江城市知名度。

⑤**防台风报道权威及时**。在面对“蝴蝶”、“韦帕”、“桦加沙”、“麦德姆”等多场台风报道中，构建“预警-科普-直击-救灾”全链条传播模式，及时滚动播出台风最新动态、防御指引和相关政策措施，让市民第一时间了解权威信息。同时，派出多路记者深入防台风一线，实地拍摄各地各部门开展隐患排查、转移群众、物资储备等工作场景，生动展现全市上下众志成城防御台风的坚定决心和实际行动，及时准确反映灾情和党员干部群众同心协力抗灾复产情况，广受关注。累计发布报道 932 条，其中单条视频最高点击量达 380 万，总阅读量突破 2790 万。

(2) 深化融合创新，传播格局持续优化。

加强媒体的融合创新，提高宣传的覆盖面和影响力，融媒体中心旗下全平台总粉丝量突破 200 万，视频号在全省媒体排名提升 33 位，居同期全省进步榜首；抖音号排名提升 14 位，居同期全省第三，发展势头强劲。

①**平台效能显著提升**。坚持移动优先，记者即时发稿，矩阵协同传播，大幅提升新闻传播质效。加强全媒体传播体系建设，运用 5G 直播、VR/AR 等技术，在视听湛江 APP、视频号、微信公众号等平台实现个性化推送。在“学习强国”学习平台和触电新

闻、等多个新媒体平台上推送新闻等节目和短视频，审核全市“学习强国”音视频稿件 2257 条，省签发 1943 条，30 多条视频上全国平台，其中本台 10 条，持续讲好湛江高质量发展故事，传播好湛江声音。

②**直播引领传播热潮**。创新采用“5G+4K”超高清直播技术，全年完成 67 场高质量融媒直播，总观看人次超百万，成为权威信息发布的核心窗口。广东省高质量发展大会直播观看量达 15 万+；全市两会开幕式和政府工作报告直播累计观看量突破 50 万人次，相关短视频全网阅读量超 1000 万；广东年例春晚直播在线观看近 90 万人次；湛江—海口琼州海峡春运服务保障新闻发布会直播观看 66 万人次；湛江海湾大桥免费通行新闻发布会直播观看 46 万人次，相关报道总阅读量 92.5 万。派出专业团队，首次与央视合作，承担并出色完成十五运会群众比赛足球项目决赛 40 分钟现场直播，信号稳定，反响热烈。

③**技术赋能产品创新**。跟进 AI、5G 等前沿技术，升级采编发体系。《第一视线》栏目全新改版。推出《早安湛江》日历系列 210 期，成为传递城市温情的“早安明信片”。打造《主播说新闻》融媒新名片，发布 82 期，权威解读民生热点。《食膳新视界》紧扣体重管理国策，发布推文 286 篇，阅读量 57.2 万，引领健康饮食风尚。联合湛江交警开展“小头盔·大安全”主题宣传，推出《珍爱生命从“头”做起》等原创短视频，原创短视频总阅读量突破 26 万次。启动“广电媒体+赋能助农直播间”项目，举办 12 场直播，吸引观看 12.3 万人次，拓宽特色农产品销路。

(3) 深耕精品创作，文化传承彰显特色。

深耕本土文化节目，在特色品牌文化宣传方面精准发力，以多元形式推动本土文化传播，传承与弘扬湛江优秀传统文化。

①**地方特色活动影响广泛。**成功举办了广东年例村晚活动，广东年例村晚创新采用专栏聚焦、图文直播、短视频矩阵传播等手段，全方位呈现年例文化的深厚底蕴与民俗风情，活动直播在线观看人数近90万人次，其中短视频82条，短视频专项观看量超100万次；在人民日报、南方日报、羊城晚报、新快报、广东广播电视台、今日头条、网易新闻、腾讯、抖音、小红书等全媒体平台推送资讯218篇，推荐上腾讯微信版首条、抖音本地热榜第二，微博话题阅读量2885万，有力推动地方文化传承与弘扬。举办“湛江几好2025民俗文化节”，推动非遗文化传承和发展，促进非遗文化与现代生活相融合，提高湛江民俗文化的知名度和影响力。还成功举办“推进海洋强省建设”主题宣讲活动，活动影响力大，有效凝聚海洋强省建设的思想共识与行动合力。

②**文旅品牌擦亮叫响。**《湛江新闻联播》持续推出《鲜美湛江共建共享》专栏，结合春节假期、新春走基层、非遗贺新春、端午节等报道题材，大力报道“鲜美湛江”文旅品牌建设成效，播出了180多条“鲜美湛江”新闻，以新闻力量推动“鲜美湛江”文旅品牌共建共享。聚焦《军港之夜》实景演艺，拍摄十集短视频《探秘军港之夜》，多平台联动宣传，深度挖掘“军港文化+海洋经济”的文旅融合潜力，以沉浸式演艺为支点撬动城市文旅产业升级，助力湛江文化强市建设。推出《百岁人生·湛江记忆》

系列，全方位展现了湛江作为“长寿之乡”“滨海宜居城市”的双重魅力。围绕国际潜水大赛、开渔节、吴川月饼文化节等县域品牌活动，以融媒手段立体展现，推动“文旅+农业”融合和发展。

③**精品创优成果丰硕**。全年多部作品荣获省级奖项：《氢启未来，绿动钢铁—我国首套百万吨级氢基竖炉自主创新破局》获2024年度广东新闻奖一等奖；《为渔业种子装上“中国芯” 让“蓝色粮仓”更殷实》《拿捏！全红婵巴黎奥运成功卫冕！》获三等奖。《我在湛江过大年》获评春节特别节目好作品。专题《种树人，守树人》入选2025年度广东省广播电视重大主题宣传扶持补贴项目。打造银龄品牌广播栏目《老友驾到》，以“广播+短视频+线下活动”融媒模式运营，覆盖湛江各县市区中老年群体，社会效益明显。打造电视戏曲文化栏目《粤睇粤有戏》，聚焦粤剧、粤曲、雷剧、雷歌、廉江白戏等岭南特色戏曲，以短平快的形式在抖音、微信视频号等平台传播，营造线上线下联动的戏曲文化氛围。策划《童心湛放》栏目策划少儿户外朗诵会；启动“天才梦想秀”夏季艺术展演，吸引2591名选手参赛。制作“百千万工程”乡村绿化微专题片《绿满新屋 荔香富村》，获省、市领导肯定。

（4）**夯实内部管理，发展根基不断巩固。**

①**全面加强党的建设**。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，扎实推进党建工作，组织召开党委理论学习中心组学习会23次、党委会第一议题学习24次。各党支部开展“三会一课”169次、主题党日活动29次。严格落实意识形态工作责

任制，召开分析研判会3次，加强阵地管理，确保安全播出。深入开展中央八项规定精神学习教育期间，党委理论学习中心组累计开展专题学习6次，专题研讨2次，举办读书班2次。各党支部累计开展“三会一课”65次，主题党日14次，警示教育8次。同时，将学习教育与“干部作风提升年”行动紧密结合，集中整治突出问题，常态化开展“我为群众办实事”活动。狠抓党风廉政建设，通过党委书记给全台党员作党风廉政专题党课、集体观看警示教育片《反腐为了人民》组织党员干部到革命烈士红色基地开展现场廉政教育等形式，扎实开展和推进党风廉政建设，确保全台政治生态风清气正。推进“党建+业务”深度融合百日行动，组织活动8场，大力提高业务和管理能力，助推台跨越式、高质量发展。加强“四强”党支部建设，广播中心党支部、融媒中心党支部获评市直机关“四强”党支部，激发党建内生动力。开展“插旗亮牌”，践行我是党员我带头活动设立22个党员先锋岗，发挥党员先锋模范作用。

②**系统性变革稳步推进**。坚持“导向为魂、内容为王、创新为要、流量和效果说话”的原则，以“全媒建设、瘦身健体、减员增效、优化结构、盘活资源”为主线，启动主流媒体系统性变革。就是锚定“1”个目标：打造广东一流新型主流媒体。实施“3”大举措：1. 四大循环夯实主流传播；2. “媒体+”赋能助力媒体宣传新生态；3. 创意消费盘活软、硬资产。落实“5”大改革任务：1. 强化统筹设计，深化机制改革；2. 做强新闻主业，提升舆论引导力，坚持移动优先；3. 推动媒体深度融合，提升传播效率；4.

瘦身健体，优化结构，建立一体化生产体系；5. 盘活资源。通过“135”改革计划，激发全员生产力。

③**内部管理效能提升**。强化内控管理，制定《重大风险报告机制》《预算绩效管理制度》等，优化绩效管理流程。优化组织架构，简化流程，提高效能。优化组织架构，简化工作流程，提高工作效率与管理效能，完成整体绩效评价，制定相关补缴清偿计划。完善成本控制体系，严格控制节目制作、设备采购、人员经费等各项成本支出。加强融媒体人才培养，通过内部培训、外部进修、实战演练等方式，培养一批集采、编、播、运营于一体的全能型融媒体人才，为媒体融合发展提供坚实人才支撑。

④**安全播出保障有力**。加大对播出设备的更新维护力度，建立健全设备运行监测和故障预警机制，及时排查和消除安全隐患，确保设备安全稳定运行。建立健全安全播出应急处置联动机制，定期组织安全播出应急演练，提高工作人员应对突发事件的能力。完成了更换北斗设备相关材料报送、配合国家总局完成设备更新调研等工作任务。加强重要保障期值班值守工作，确保安全播出万无一失。

⑤**经营创收多元拓展**。拓展活动策划、品牌推广等新型广告业务，通过栏目冠名、广告招商、内容定制、平台合作、开办助农直播间、扩大艺术教育中心招生规模、盘活闲置资产等方式，提升新媒体平台的盈利能力。

2. 履职效能完成情况

①部门整体绩效目标产出指标完成情况：

三级指标	预期指标值	完成情况	得分	扣分	备注
分钟	自制电视(广播)节目不少于 30000 分钟	完成 30750 分钟, 完成率 100%	4	0	电视 6150 分钟、广播 24600 分钟
场次	举办活动场数不少于 10 场	完成大中小型活动 10 场	4	0	大型 6 场、中型 3 场、小型 1 场
投诉次数	小于 5 次	投诉次数 4 次	4	0	
获奖作品	大于 5 项	获奖作品 5 项	4	0	省级
参与人数	活动群众参与人数大于 2 万人	活动参与人数超 2 万人	4	0	活动参与人数合计 19.59 万人

②部门整体绩效目标效益指标完成情况:

三级指标	预期指标值	完成情况	得分	扣分	备注
创收产值	1810 万	完成 1723.87 万元, 完成率 95.24%。	19.05	0.95	

③部门预算资金支出率: 2025 年年度财政拨款预算收入为 5488.02 万元, 上年结转 0 万元; 年度实际支出为 5488.02 万元, 预算资金支出率为 100%。

3. 管理效率完成情况

①预算编制

部门预算编制基本完整、合规, 2025 年度部门无新增预算项目, 故无需开展事前绩效评估。

②预算执行

部门年度无申请资金调剂、年中追加资金的情况, 预算编制约束性较好; 资金支出基本符合国家财经法规和财务管理制度要求, 资金支付审批程序较为完整、规范, 未发现超范围支出或挤占、挪用资金等情况, 财务管理合规。

③信息公开

部门已按要求在湛江市人民政府官网公开了 2025 年部门预

算、2024 年部门决算和三公经费信息、2025 年市级部门整体预算绩效目标表、2025 年市级项目支出绩效目标表以及 2024 年度部门整体支出绩效自评报告，预决算以及绩效目标、绩效自评资料公开及时。

④绩效管理

在绩效管理制度建设方面：我台主要参考市级的预算绩效管理制度执行，并出台了《湛江市广播电视台财务监督制度》、《财务预决算管理办法（试行）》（湛广视〔2021〕25 号），文件中明确了绩效目标管理及绩效评价的职责分工，但绩效管理制度不完善，未明确绩效目标管理的具体实施要求，且对于事前绩效评估、绩效运行监控和评价结果应用亦未明确相关要求及职责分工，2025 年 4 月整改时又出台了《湛江市广播电视台预算绩效管理制度》（湛广视〔2025〕10 号）文件中明确绩效管理制度、绩效目标管理的具体实施要求，且对于事前绩效评估、绩效运行监控和评价结果应用也明确相关要求及职责分工；在绩效管理制度执行方面：2025 年度编制了部门整体预算绩效目标和项目绩效目标。

⑤采购管理

我台本年度没有需要进行采购意向公开的项目，制定了《湛江市广播电视台政府采购内部控制管理制度》（湛广视〔2022〕40 号），明确部门内部采购活动的组织分工及采购活动实施的各项要求，且经财政部门备案，本年度采购活动未发生投诉，按要求自合同签订之日起 2 个工作日内在“广东省政府采购网”备案

公开，为中小企业预留采购份额 100%，完成预留年度食堂食材采购份额，在电子卖场采购结束后及时开展政府采购信用评价。

⑥资产管理

制定了《湛江市广播电视台固定资产管理暂行规定》（湛广视〔2014〕16号），并按照该制度及《行政单位国有资产管理暂行办法》《事业单位国有资产管理暂行办法》等制度要求进行资产管理。办公用房及办公设备配置合规，资产数据和财务账数据相符，资产出租实施程序规范，出租收入已及时上缴财政，并及时进行资产盘点。2025年度固定资产利用率为100%。

⑦运行成本

根据《2025年度湛江市广播电视台部门决算报表》，部门年度日常公用经费决算为763.16万元，相比预算数增加42.54%，增加的原因是按市工信局要求2025年底前需清理拖欠企业账款，涉及金额236.74万元；“三公”经费实际支出数为18.21万元，比预算数减少40.30%，运行成本未超出预算安排。

4. 加减分项

部门当年度未获得中央、省委省政府和市委市政府表彰，且未发现在审计、监察等监督检查时被问责，不涉及加减分。

（三）主要做法和经验

1. 强化组织领导，压实绩效责任。成立绩效管理领导小组和工作小组，领导小组负责单位绩效评价工作的筹划部署，指导评价工作小组开展工作，工作小组负责拟定评价工作方案，设定绩

效指标，组织实施绩效自评，撰写绩效自评报告并提供相关佐证材料。

2. 完善制度体系，规范绩效管理。按 2023 年度核查报告整改要求制订了《湛江市广播电视台预算绩效管理制度》（湛广视〔2025〕10 号），细化预算编制、执行、监控、评价及结果运用等全流程操作规范，确保资金使用符合“事前有目标、事中有监控、事后有评价”的要求。

3. 强化动态监控，及时纠偏整改。每月由业务部门编制预算执行与绩效监控表，实时跟踪每项绩效指标的完成情况，确保问题早发现、早解决。

（四）存在问题

- 1、经营创收能力和回款力度有待提升。
- 2、预算编制精准度有待提高，预算管理科学性不足。

（五）改进措施

一、加大创收力度，拓宽创收渠道

措施 1. 加强广告投放平台引导，促进各部门增强大局意识和改革意识，在全台形成一个以“视听湛江”APP 为龙头、以传统电视频道和广播频率为主体、以各部门新媒体平台为辅助的立体传播阵地，切实增强广告投放传播效果，争取吸引更多广告客户。

措施 2. 加大政务宣传服务力度，通过动态新闻、专题、活动策划执行、短视频、政策解读等多种宣传方式，为市直部门和县区等政务服务对象提供多平台立体式宣传服务。

二、优化预算编制流程，提升预算管理精准性科学性

措施 1. 夯实预算编制基础，强化数据支撑。建立预算编制前期调研分析机制，全面梳理上年度预算执行情况、经费使用效益，结合本年度业务工作计划、项目实施清单、市场价格变动等因素，精准测算各项收支；对重大项目、专项工作预算，组织业务、财务、技术等部门联合论证，细化支出明细，按照“实事求是、量入为出”原则，科学核定预算金额，杜绝经验式、粗放式编制，确保预算数据贴合实际需求。

措施 2. 推进预算精细化编制，完善管控机制。细化预算编制科目，按照支出性质、用途精准划分日常公用经费、项目经费、专项经费等，明确各项经费的支出范围与标准，提升预算编制精细化水平；建立预算执行动态监控机制，后续根据预算执行情况及时总结分析，反向优化下一年度预算编制工作，持续提升预算编制精准度与资金使用效益。

四、其他自评情况

无。